



艾凯咨询
ICAN Consulting

2011-2015年中国婴儿奶瓶市场 供需预测评估与投资战略咨询报 告

一、调研说明

《2011-2015年中国婴儿奶瓶市场供需预测评估与投资战略咨询报告》是艾凯咨询集团经过数月的周密调研，结合国家统计局，行业协会，工商，税务海关等相关数据，由行业内知名专家撰写而成。报告意于成为从事本行业人士经营及投资提供参考的重要依据。

报告主要可分为四大部分，首先，报告对本行业的特征及国内外市场环境进行描述；其次，是本行业的上下游产业链，市场供需状况及竞争格局从宏观到细致的详尽剖析，接着报告中列出数家该行业的重点企业，分析相关经营数据；最后，对该行业未来的发展前景，投资风险给出指导建议。相信该份报告对您把握市场脉搏，知悉竞争对手，进行战略投资具有重要帮助。

官方网址：<https://www.icandata.com/view/181694.html>

报告价格： 纸介版9000元 电子版9000元 纸介版+电子版9200元

订购电话： 400-700-0142 010-80392465

电子邮箱： sales@icandata.com

联系人： 刘老师

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、摘要、目录、图表

目前市场上的奶瓶从制作材料上分主要有两种PC（聚碳纤维，一种无毒塑料，俗称太空玻璃）制和玻璃制的。玻璃奶瓶，因为它可以蒸煮消毒、容易洗涮干净，也可以放微波炉消毒或加热牛奶，而不致产生不利健康的化学元素。而PC质轻，而且不易碎，适合外出及较大宝宝自己拿。但经受反复消毒的“耐力”就不如玻璃制的了。

艾凯数据研究中心发布的《2011-2015年中国婴儿奶瓶市场供需预测评估与投资战略咨询报告》共十二章。首先介绍了中国婴儿奶瓶行业市场发展环境、中国婴儿奶瓶整体运行态势等，接着分析了中国婴儿奶瓶行业市场运行的现状，然后介绍了中国婴儿奶瓶市场竞争格局。随后，报告对中国婴儿奶瓶做了重点企业经营状况分析，最后分析了中国婴儿奶瓶行业发展趋势与投资预测。您若想对婴儿奶瓶产业有个系统的了解或者想投资婴儿奶瓶行业，本报告是您不可或缺的重要工具。

本研究报告数据主要采用国家统计局数据，海关总署，问卷调查数据，商务部采集数据等数据库。其中宏观经济数据主要来自国家统计局，部分行业统计数据主要来自国家统计局及市场调研数据，企业数据主要来自于国统计局规模企业统计数据库及证券交易所等，价格数据主要来自于各类市场监测数据库。

第一章 国内外婴儿用品业运行态势分析

第一节 2010年国际婴儿用品市场分析

一、全球婴儿用品市场安全问题应引起足够重视

二、美国婴儿用品市场进入寒冰时代

三、日本与加拿大对婴儿用品市场的监管

四、欧盟婴儿护理用品市场浅析

五、中东婴儿用品市场分析

第二节 2010年中国婴儿用品行业现状综述

一、婴儿用品行业所处阶段及其特性

二、中国婴儿用品行业的发展现状

三、中国婴儿产业的发展态势

四、中国婴儿用品行业发展的市场环境

第三节 2010年中国婴儿用品市场点评

一、婴儿用品市场解析

二、中国婴儿用品市场基本状况

三、中国婴儿用品市场品牌集中格局有待形成

四、婴儿用品市场更趋成熟

第四节 2010年中国重点城市婴儿用品市场动态

一、上海婴儿用品市场发展分析

二、北京婴儿用品市场的发展动态

三、成都婴儿用品市场发展概况

四、临沂市婴儿用品市场发展迅速

第五节 2010年中国婴儿用品行业发展存在的问题分析

一、婴儿用品消费观念薄弱

二、婴儿用品成为经销商的一块鸡肋

三、强势品牌统领市场弱势品牌无力争锋

四、假货充斥婴儿用品市场

第二章 世界婴儿奶瓶市场发展动态分析

第一节 2010年世界婴儿奶瓶市场运行环境分析

一、英国提倡一个家庭只生两个孩

二、俄罗斯用经济手段提高生育率

三、法国迎来25年来最大婴儿潮

第二节 2010年世界婴儿奶瓶市场动态分析

一、世界婴儿奶瓶质量标准分析

二、世界婴儿奶瓶品牌竞争激烈分析

三、婴儿奶瓶新产品功能与设计透析

第三节 2011-2015年世界婴儿奶瓶市场发展趋势分析

第三章 婴儿奶瓶市场运行环境分析

第一节 国内婴儿奶瓶经济环境分析

一、GDP历史变动轨迹分析

二、固定资产投资历史变动轨迹分析

三、2011年中国婴儿奶瓶经济发展预测分析

第二节 中国婴儿奶瓶行业政策环境分析

第四章 中国婴儿奶瓶产业营运格局分析

第一节 2010年中国婴儿奶瓶热点聚焦——欧盟禁含双酚A

一、婴儿奶瓶主要材质解析

二、“双酚A”袭来玻璃奶瓶渐受宠

三、欧美禁用双酚A塑料婴儿奶瓶 中国出口将遭冲击

1、欧美禁用双酚A

2、对中国的影响

第二节 2010年中国婴儿奶瓶产业动态分析

一、新型电子显温奶瓶市场透析

1、销售现状

2、设计要求

3、产品优势

二、广州奶瓶市场塑料奶瓶居主导地位

三、奶瓶质量良莠不齐

四、义乌用废塑料制成有毒奶瓶贻害国内市场

五、新型高科技硅胶奶瓶或将成市场新宠

六、巴比象婴儿用品等5企业奶瓶奶嘴不合格将被清出哈尔滨

第三节 2010年中国婴儿奶瓶材质问题状况分析

一、塑料奶瓶含有毒物

二、塑料奶瓶主要成份及对婴儿造成的影响分析

三、选购婴儿奶瓶注意事项分析

1、奶瓶容量应符合宝宝需求

2、考量宝宝奶瓶奶嘴使用习惯

4、考虑宝宝接受度选择瓶身

5、尽量不选择有毒的塑料奶瓶

第五章 中国婴儿奶瓶市场产销状况统计分析

第一节 2010年中国婴儿奶瓶市场需求状况分析

一、婴儿奶瓶需求状况综述

二、婴儿奶瓶行业需求的主要指标

三、婴儿奶瓶行业供需缺口分析

第二节 2010年中国婴儿奶瓶市场供给能力分析

一、婴儿奶瓶供给现状综述

二、婴儿奶瓶行业供给的主要指标

1、工业生产总值

2、产品销售收入

3、利润总额

4、同比增长

三、影响婴儿奶瓶行业供给关系的主要因素

第三节 2009-2010年中国婴儿奶瓶市场价格分析

一、品牌价格走势

二、影响价格的因素分析

第六章 中国婴儿奶瓶行业市场营销模式与战略分析

第一节 主要营销模式分析

一、直营模式

二、代理经销商模式

三、大型综合连锁卖场模式

四、网络营销

第二节 婴儿奶瓶行业市场营销战略分析

一、从生产导向转向市场导向

二、从产品竞争转向多要素全方位竞争

三、从产品营销到品牌营销和文化营销

四、从单一的产品结构到以鞋、护肤品、配件的产品系列化

第三节 2011-2015年中国婴儿奶瓶营销趋势分析

第七章 中国婴儿奶瓶市场竞争格局分析

第一节 2010年中国婴儿奶瓶市场竞争总况

一、婴儿奶瓶市场竞争程度

二、婴儿奶瓶竞争力体现

三、外资品牌对布局中国市场分析

第二节 2010年中国婴儿奶瓶产业集中度分析

一、市场集中度分析

二、区域集中度分析

第三节 提升婴儿奶瓶市场竞争力策略分析

第四节 2011-2015年中国婴幼儿奶瓶竞争策略

第八章 中国婴儿奶瓶外资品牌企业运行状况分析

第一节 贝亲PIGEON奶瓶（日本）

第二节 NUK奶瓶（德国）

第三节 爱得利IVORY（台湾）

第四节 新安怡AVENT（英国）

第五节 优生USBABY（美国）

第六节 其它

一、喜多奶瓶（日本）

二、贝丽Bfree奶瓶（英国）

三、布朗博士.好流畅

四、黄色小鸭

五、康贝

第九章 中国婴儿奶瓶本土知名企业运行关键性财务数据分析

第一节 上海优生婴儿用品有限公司（优生USBABY）

一、企业基本情况

二、企业销售收入及盈利水平分析

三、企业资产及负债情况分析

四、企业成本费用情况

第二节 浙江日康婴儿用品有限公司（日康）

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第三节 青岛宝贝园婴幼儿用品有限公司（快乐娃娃奶瓶）

一、企业概况

二、品牌竞争力分析

三、市场营销动态分析

第四节 港芝（东莞）电子制造厂有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第五节 宁波市北仑爱乐宝婴儿用品有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第六节 上海隆成日用制品有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第七节 林哥婴儿用品（昆山）有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业盈利能力分析
- 四、企业偿债能力分析
- 五、企业运营能力分析
- 六、企业成长能力分析

第八节 义乌市帅宝塑胶制品有限公司

- 一、企业基本情况
- 二、企业主要经济指标
- 三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第九节 东莞常平宝达美塑胶制品厂

一、企业基本情况

二、企业主要经济指标

三、企业盈利能力分析

四、企业偿债能力分析

五、企业运营能力分析

六、企业成长能力分析

第十章 中国婴儿食品细分市场运行透析--婴儿奶粉

第一节 2010年全球婴幼儿奶粉市场动态分析

一、国际奶荒国内多种奶粉涨价

二、英特尔新投7亿元拓展中国婴幼儿奶粉市场

三、菲律宾婴幼儿奶粉质量问题

四、斯里兰卡婴幼儿奶粉市场情况

五、印度婴幼儿奶粉政策环境

第二节 2010年中国婴幼儿奶粉市场运行综述

一、婴幼儿奶粉市场容量呈两位数高速增长

二、国内品牌需加大研发力度

三、婴幼儿奶粉企业售后服务分析

四、婴幼儿奶粉市场马太效应尽显

第三节 2010年中国婴儿配方奶粉市场调研

一、婴儿配方奶粉用户喂哺方式

二、婴儿配方奶粉类型

三、消费者对婴儿配方奶粉营养成份了解情况

四、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用情况

五、消费者对婴儿配方奶粉品牌选用的原因

六、消费者对婴儿配方奶粉作用的关注情况

七、消费者购买婴儿配方奶粉的途径

八、消费者对婴儿配方奶粉了解途径

九、消费者在婴儿配方奶粉上的开支情况

十、消费者正在使用的婴儿配方奶粉品牌情况

第四节 2010年中国婴幼儿产品结构分析

一、不同档次婴幼儿奶粉市场新格局形成

二、婴幼儿奶粉中端市场分析

三、婴幼儿奶粉高端市场分析

四、中高档配方奶粉市场分析

五、婴幼儿奶粉市场价格的空档

第五节 2010年中国婴幼儿奶粉市场需求分析

一、中国婴幼儿奶粉年需30万吨

二、婴幼儿奶粉市场需求量大幅上升

三、广东奶粉进口倍增

4、国产婴幼儿奶粉销量已恢复八成

四、国产婴幼儿奶粉销量已恢复八成

五、婴幼儿奶粉迎来天然蛋白时代

六、婴幼儿奶粉市场暗战升级

第六节 2011-2015年中国婴幼儿奶粉市场盈利预测

第七节 2011-2015年中国婴幼儿奶粉市场消费形势对奶瓶市场的影响

第十一章 2011-2015年中国婴儿奶瓶行业发展趋势与前景分析

第一节 2011-2015年中国婴儿用品行业新趋势分析

一、婴儿用品日趋系列化、科学化、人性化

二、开发成人系列成为现代婴儿用品市场又一发展方向

三、婴儿用品蕴藏巨大市场

第二节 2011-2015年中国婴幼儿奶瓶市场预测分析

一、供给预测分析

二、需求预测分析

第三节 2011-2015年中国婴幼儿奶瓶市场盈利预测

第十二章 2011-2015年中国婴儿奶瓶行业投资价值研究

第一节 2010年中国婴儿奶瓶行业投资概况分析

一、投资环境分析

二、婴儿奶瓶及相关产品投资价值分析

第二节 2011-2015年中国婴儿奶瓶行业投资机会分析

一、投资潜力分析

二、吸引力分析

三、盈利水平分析

四、融资方式分析

第三节 2011-2015年中国婴儿奶瓶行业投资风险预警

一、宏观调控政策风险

二、市场竞争风险

1、自然和社会风险

2、经营风险或市场风险

三、进退入风险

图表目录（部分）：

图表：2005-2011年国内生产总值

图表：2005-2011年居民消费价格涨跌幅度

图表：2011年居民消费价格比上年涨跌幅度（%）

图表：2005-2011年国家外汇储备

图表：2005-2011年财政收入

图表：2005-2011年全社会固定资产投资

图表：2011年分行业城镇固定资产投资及其增长速度（亿元）

图表：2011年固定资产投资新增主要生产能力

图表：上海优生婴儿用品有限公司销售收入情况

图表：上海优生婴儿用品有限公司盈利指标情况

图表：上海优生婴儿用品有限公司盈利能力情况

图表：上海优生婴儿用品有限公司资产运行指标状况

图表：上海优生婴儿用品有限公司资产负债能力指标分析

图表：上海优生婴儿用品有限公司成本费用构成情况

图表：浙江日康婴儿用品有限公司主要经济指标走势图

图表：浙江日康婴儿用品有限公司经营收入走势图

图表：浙江日康婴儿用品有限公司盈利指标走势图

图表：浙江日康婴儿用品有限公司负债情况图

图表: 浙江日康婴儿用品有限公司负债指标走势图

图表: 浙江日康婴儿用品有限公司运营能力指标走势图

图表: 浙江日康婴儿用品有限公司成长能力指标走势图

图表: 港芝（东莞）电子制造厂有限公司主要经济指标走势图

图表: 港芝（东莞）电子制造厂有限公司经营收入走势图

图表: 港芝（东莞）电子制造厂有限公司盈利指标走势图

图表: 港芝（东莞）电子制造厂有限公司负债情况图

图表: 港芝（东莞）电子制造厂有限公司负债指标走势图

图表: 港芝（东莞）电子制造厂有限公司运营能力指标走势图

图表: 港芝（东莞）电子制造厂有限公司成长能力指标走势图

图表: 宁波市北仑爱乐宝婴儿用品有限公司主要经济指标走势图

图表: 宁波市北仑爱乐宝婴儿用品有限公司经营收入走势图

图表: 宁波市北仑爱乐宝婴儿用品有限公司盈利指标走势图

图表: 宁波市北仑爱乐宝婴儿用品有限公司负债情况图

图表: 宁波市北仑爱乐宝婴儿用品有限公司负债指标走势图

图表: 宁波市北仑爱乐宝婴儿用品有限公司运营能力指标走势图

图表: 宁波市北仑爱乐宝婴儿用品有限公司成长能力指标走势图

图表: 上海隆成日用制品有限公司主要经济指标走势图

图表: 上海隆成日用制品有限公司经营收入走势图

图表: 上海隆成日用制品有限公司盈利指标走势图

图表: 上海隆成日用制品有限公司负债情况图

图表: 上海隆成日用制品有限公司负债指标走势图

图表: 上海隆成日用制品有限公司运营能力指标走势图

图表: 上海隆成日用制品有限公司成长能力指标走势图

图表: 林哥婴儿用品（昆山）有限公司主要经济指标走势图

图表: 林哥婴儿用品（昆山）有限公司经营收入走势图

图表: 林哥婴儿用品（昆山）有限公司盈利指标走势图

图表: 林哥婴儿用品（昆山）有限公司负债情况图

图表: 林哥婴儿用品（昆山）有限公司负债指标走势图

图表: 林哥婴儿用品（昆山）有限公司运营能力指标走势图

图表: 林哥婴儿用品（昆山）有限公司成长能力指标走势图

图表: 义乌市帅宝塑胶制品有限公司主要经济指标走势图

图表：义乌市帅宝塑胶制品有限公司经营收入走势图

图表：义乌市帅宝塑胶制品有限公司盈利指标走势图

图表：义乌市帅宝塑胶制品有限公司负债情况图

图表：义乌市帅宝塑胶制品有限公司负债指标走势图

图表：义乌市帅宝塑胶制品有限公司运营能力指标走势图

图表：义乌市帅宝塑胶制品有限公司成长能力指标走势图

图表：东莞常平宝达美塑胶制品厂主要经济指标走势图

图表：东莞常平宝达美塑胶制品厂经营收入走势图

图表：东莞常平宝达美塑胶制品厂盈利指标走势图

图表：东莞常平宝达美塑胶制品厂负债情况图

图表：东莞常平宝达美塑胶制品厂负债指标走势图

图表：东莞常平宝达美塑胶制品厂运营能力指标走势图

图表：东莞常平宝达美塑胶制品厂成长能力指标走势图

图表：2011-2015年中国婴幼儿用品市场供给预测

图表：2011-2015年中国婴幼儿用品市场需求预测

图表：2011-2015年中国婴幼儿用品利润率预测

图表：……

通过《2011-2015年中国婴儿奶瓶市场供需预测评估与投资战略咨询报告》，生产企业及投资机构将充分了解产品市场、原材料供应、销售方式、市场供需、有效客户、潜在客户等详实信息，为研究竞争对手的市场定位，产品特征、产品定价、营销模式、销售网络和企业发展提供了科学决策依据。

详细请访问：<https://www.icandata.com/view/181694.html>

三、研究方法

- 1、系统分析方法
- 2、比较分析方法
- 3、具体与抽象方法
- 4、分析与综合方法

- 5、归纳与演绎方法
- 6、定性分析与定量分析方法
- 7、预测研究方法

四、数据来源

对行业内相关的专家、厂商、渠道商、业务（销售）人员及客户进行访谈，获取最新的一手市场资料；

艾凯咨询集团长期监测采集的数据资料；

行业协会、国家统计局、海关总署、国家发改委、工商总局等政府部门和官方机构的数据与资料；

行业公开信息；

行业企业及上、下游企业的季报、年报和其它公开信息；

各类中英文期刊数据库、图书馆、科研院所、高等院校的文献资料；

行业资深专家公开发表的观点；

对行业的重要数据指标进行连续性对比，反映行业发展趋势；

中华人民共和国国家统计局 <http://www.stats.gov.cn>

中华人民共和国国家工商行政管理总局 <http://www.saic.gov.cn>

中华人民共和国海关总署 <http://www.customs.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

中国证券监督管理委员会 <http://www.csrc.gov.cn>

中华人民共和国商务部 <http://www.mofcom.gov.cn>

世界贸易组织 <https://www.wto.org>

联合国统计司 <http://unstats.un.org>

联合国商品贸易统计数据库 <http://comtrade.un.org>

五、关于艾凯咨询网

艾凯咨询网（www.icandata.com）隶属艾凯咨询集团（北京华经艾凯企业咨询有限公司），艾凯咨询集团专注提供大中华区产业经济情报，为企业商业决策赋能，是领先的市场研究

报告和竞争情报提供商

艾凯咨询集团为企业提供专业投资咨询报告、深度研究报告、市场调查、统计数据等。艾凯咨询网每天更新大量行业分析报告、图表资料、竞争情报、投资情报等，为用户及时了解迅速变化中的世界和中国市场提供便利，为企业商业决策赋能。

研究力量

高素质的专业的研究分析团队，密切关注市场最新动向。在多个行业，拥有数名经验丰富的专业分析师。对于特定及专属领域，我们有国内外众多合作研究机构，同时我们聘请数名行业资深专家顾问，帮助客户分清市场现状和趋势，找准市场定位和切入机会，提出合适中肯的建议，帮助客户实现价值，与客户一同成长。

我们的优势

权威机构 艾凯咨询集团二十年深厚行业背景;

数量领先 囊括主流研究报告和权威合作伙伴;

服务齐全 促销、推荐指数、积分、网上支付等;

良好声誉 广泛知名度、满意度，众多新老客户。